

– 25 % молодых людей отметили, что они повстречались с материальными и бытовыми трудностями;

– 10 % «психологическое» (табл. 5).

Интегральными характеристиками семьи, которые во многом определяют ее потенциалы, считаются психологическое здоровье, функционально-ролевая согласованность, социально-ролевая адекватность, эмоциональная удовлетворенность, адаптивность в макросоциальных отношениях, устремленность на семейное долголетие.

Таким образом, молодые семьи отметили, что самый большой вопрос в семейной жизни это – жилье, работа, взаимоуважение.

УДК 659:796

В. С. Лаврикова, А. В. Сирина

ФОРМИРОВАНИЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СРЕДСТВАМИ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

В истории России физкультурный комплекс «Готов к труду и обороне СССР» был призван сыграть важнейшую роль в формировании развитых, здоровых и физически совершенных людей.

В современной России проблема здоровья и формирования здорового образа жизни среди населения является одной из ключевых. Здоровье является основной силой, на которую влияют биологические характеристики, условия жизни, культура, образ жизни, социальная, духовная, экономическая и физическая окружающая среда.

В современном обществе такая категория, как состояние здоровья, оценивается по нескольким уровням: физическому, психологическому, социальному, личностному. Оно зависит от жизненных позиций человека, его принципов, желаний и возможностей. Для реализации этих программ, человеку необходима мотивация формирования здоровья, знание своих физических возможностей и способов совершенствования здоровья. Большую роль в этом процессе играет общественное мнение по этой проблеме. Формирование общественного мнения по проблемам здорового образа жизни происходит под воздействием многих факторов: социально-экономических составляющих, развития конкретной ситуации, информированность целевой аудитории, ее индивидуальных предпочтений и не в последнюю очередь специального воздействия посредством технологий связей с общественностью. Процесс формирования навыков здорового образа жизни является объектом деятельности, в том числе и связей с общественностью.

С помощью определенного воздействия на эти факторы возможно охватить большую часть аудитории и максимально привлечь внимание к проблеме.

Формирование здорового образа жизни населения может включать следующие составляющие:

- создание информационно-коммуникационной системы формирования знаний о негативном влиянии факторов риска на здоровье, возможностях его снижения;
- обучение здоровому образу жизни (различные школы ЗОЖ, например);
- специальные мероприятия, побуждающие к активному образу жизни, занятиям физической культурой, туризмом и спортом.

Работа должна быть направлена на конструирование правильного отношения населения к собственному здоровью, развития потребности в занятиях физической культурой и спортом; противостояния формированию негативных, разрушающих здоровье моделей пове-

дения, развитие готовности самостоятельно поддерживать свое здоровье на основе использования навыков личной гигиены.

УДК 659:725.85

А. А. Линников

ВСЕРОССИЙСКИЙ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫЙ КОМПЛЕКС КАК ОБЪЕКТ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Тенденция вести здоровый образ жизни и регулярно заниматься спортом привлекает все большее число граждан Российской Федерации. Однако совокупный процент людей, готовых регулярно этим заниматься, по-прежнему остается невысоким.

Исходя из этого, возникла необходимость в создании современной и эффективной системы физического воспитания, системообразующим элементом которой призван стать Всероссийский физкультурно-оздоровительный комплекс (далее – Комплекс).

Комплекс – это современный аналог ГТО, целью которого можно считать формирование здорового общества. Сегодня необходимо создать все условия, чтобы сделать спорт по-настоящему доступным для всех жителей Российской Федерации, а тенденцию вести здоровый образ жизни – популярной.

Понимая это, предлагаем проект социальной рекламы для Комплекса, отвечающий его основной цели и задачам.

Итак, любая реклама содержит в себе ядро – идею, которую она должна передать коммуниканту. Идея рекламы Комплекса проста – это единство. Единство духовное. Это единство и гордость за свою страну и вера в идеалы своей Родины. Именно основываясь на этой идее, считаем необходимым выстраивать концепцию рекламы и дальнейшее позиционирование Комплекса.

Если представить рекламу проекта ВФСР структурно, то выглядит она следующим образом: это деление на четыре категории, каждая из которых будет отражать различные положительные стороны Комплекса, его цели и задачи, что в сумме создаст единый положительный образ проекта. Вот эти категории:

1. Семейное единство.
2. Красота и совершенство.
3. Чрезвычайные происшествия.
4. Патриотическое воспитание.

Стиль и общая направленность у каждой категории будут дифференцированными. Такой подход позволяет, во-первых, концентрированно воздействовать на выбранную целевую группу в рамках одной категории, во-вторых, оказывать совокупное воздействие на всю общественность в целом.

В качестве примера приведем краткое описание сценария ролика, который отвечает вышеописанной концепции.

Итак, ролик будет основан на первой категории – «Семейные ценности» и будет рассказывать зрителю о некой дружной семье. Глава семейства – мужчина 45 лет, его супруга – ей около 40 лет и их дети: сын – школьник и дочь – студентка. Ролик покажет их обычный рабочий день и его окончание, когда вся семья встречается в спортзале на спортплощадке и занимается по программе Комплекса. Это их традиция.

Данный ролик предлагает следующее:

1. Возможность показать единство семьи через диалоги и символы.